2020新零售直播活力报告

新零售智库 NEWRETAIL　淘宝直播　淘榜单

CBNData ID:13028

VISIT…

扫码免费领取资料

房中术{www.nblax520.com}专注于男性增大增粗增长、阳痿、早泄、壮阳、延时、强肾、回春、健身。女性缩阴、丰胸、减肥、化妆、瑜伽、保养、产后修复、盆底肌锻炼。两性健康,夫妻按摩,房中术,性姿势,性技巧,性知识等

更多免费教程：英语学习，技能提升，PS 教学，投资赚钱，音乐教程，口才教学，情商提升，风水教学，心理学，摄影知识，幼儿学习，书法学习，记忆力提升等等.....

==========

全站课程下载

课程不断增加

本站现资源容量已超 10T

入群联系 QQ：167520299 或添加微信：1131084518（备注 学习）

扫码加微信lax988988领取资料

阳痿早泄训练
皇室洗髓功视频教学
女人驻颜术
泡妞约炮万元课程
足疗养 SPA 教材
玉蛋功
马氏回春功
房中术张丰川
哲龙全套视频
增大盼你增大
国际男优训练
亚当德永早泄训练
洗髓功真人内部
皇室养生绝学道家洗髓功
【铁牛人会员课】男人必备技能，理论讲解
实战高清视频
随意控制射精锻炼 视频+图片+文字
价值 1440 元第一性学名著<素女经房中养生
宝典视频>12 部
洗髓功修炼方法视频教学
陈见玉蛋功视频教学 女性缩阴锻炼
男性自然增大增长指南
强性健肾保健操 1-4
道家强肾系统锻炼功法
马氏回春功
12 堂课，全面掌握男性健康问题 让你重燃自信
联系微信：1131084518

1、东方性经
2、印度 17 式
3、口交技巧 3 部
4、港台性姿势 3 部
5、365 性姿势 6 部
6、泰国性爱密经 17 式
7、花花公子性技巧 6 部
8、阁楼艳星性技巧 7 部
9、古今鸳鸯秘谱全集 7 部
10、夫妻爱侣情趣瑜伽 2 部
11、古代宫廷性保健系列 14 部
12、汉唐宋元明清春宫图真人
13. 柔软性爱宝典 日本 9800 课
14. 李熙墨 3999 全套课
15. 妖精性爱课 2888
16. 李银河全套性课
17. 领统统性课
18. 德勇男性篇
19. 德勇男性篇
20. 缓慢性爱
21. 亚当多体位搭配篇
22. 亚当多体位结合篇
23. 德勇克服早泄讲座练习
24. 德勇以女性为中心得爱抚
25. 加藤鹰接吻爱抚舌技
26. 加藤鹰指技
27. 加藤鹰四十八手入门
28. 佐藤潮吹教学
29. 佐藤男人体能锻炼+保健品介绍
30. 佐藤男人早泄对抗训练
31. 阿拉伯延时训练

32. 田渊正浩秘籍
33. 异性性快感集中训练教学
34. 自我愉悦锻炼密宗
35. 铁牛全套延时训练课
36. Pc 机锻炼真人视频教学
37. 印度性经全集 8 部
38. 21 世纪性爱指南
39. 香蕉大叔男女训练馆全套
40. 中美真人性治疗教学+理论
41. 女性闺房秘术
42. 幸福玛利亚性课
43. 陈见如何释放性魅力征服
44. 性爱技巧讲座全套
45. 性爱秘籍全套
46. 性爱误区讲座
47. 性病讲解大全
48. 性博士讲座合集
49. 性健康和性高潮合集
50. 性教育讲座合集
51. 性能力课堂合集
52. 性生活问题解析合集
53. 意外怀孕和避孕处理课堂
54. 性感地带探索
55. 性技巧讲座
56. 性健康与性卫生讲座
57. 性生活专家答疑
58. 性心理与性道德合集
59. 性爱宝典合集
60. 性爱技巧合集
61. 完美性爱演示
62. 完美性爱技术讲解
更多精品等你来解锁哦.....

每日免费获取报告

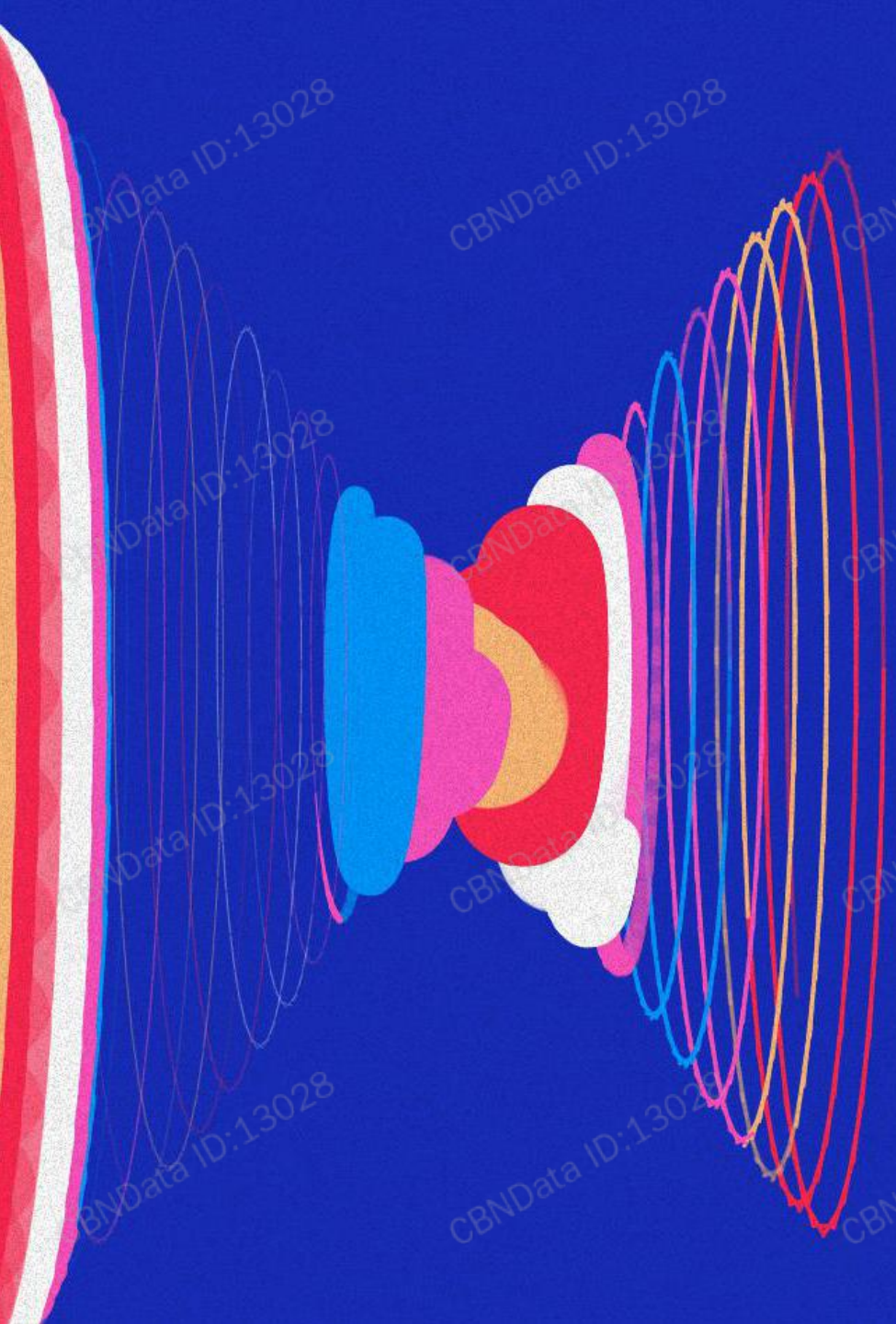
1、每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；

2、每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；

3、每周分享**经济学人**

4、行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

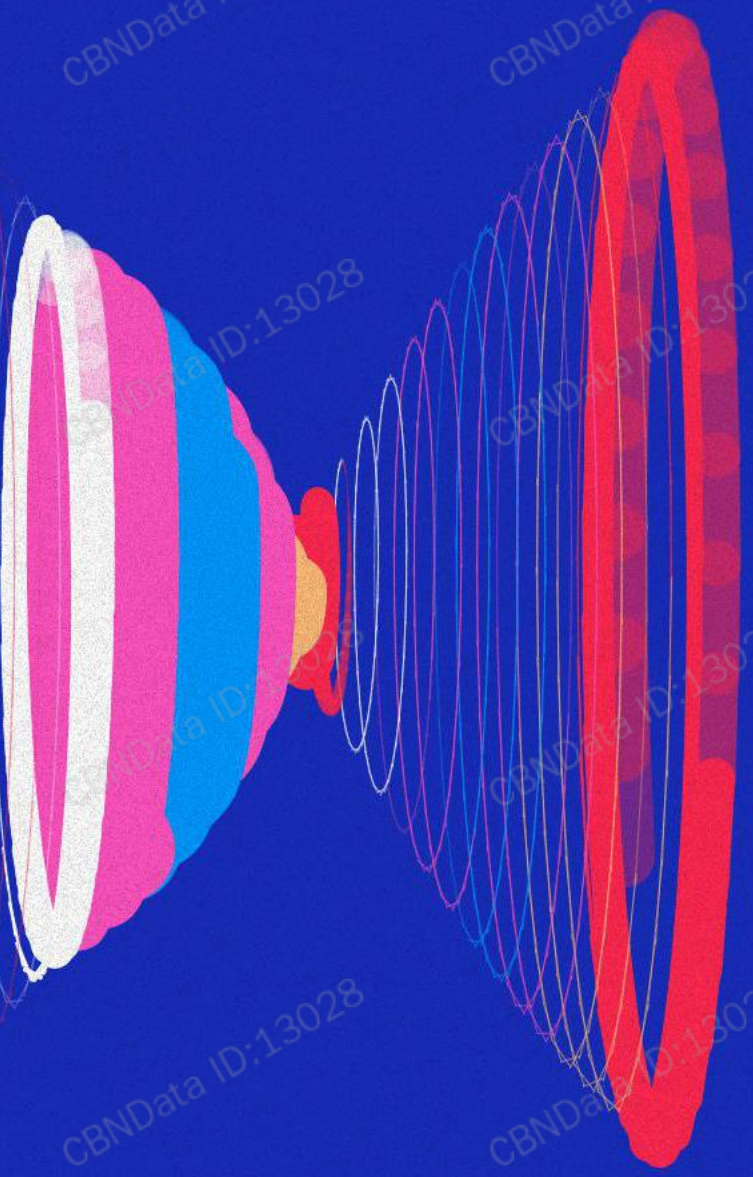
扫一扫二维码
关注公号
回复：**研究报告**
加入“起点财经”微信群



目录

- 新零售直播发展概况
- 谁在参与新零售直播
- 新零售直播“商业力指数”排名
- 哪些商品适合新零售直播“掘金”
- 直播间外的新零售想象力

CBNData ID:13028



01

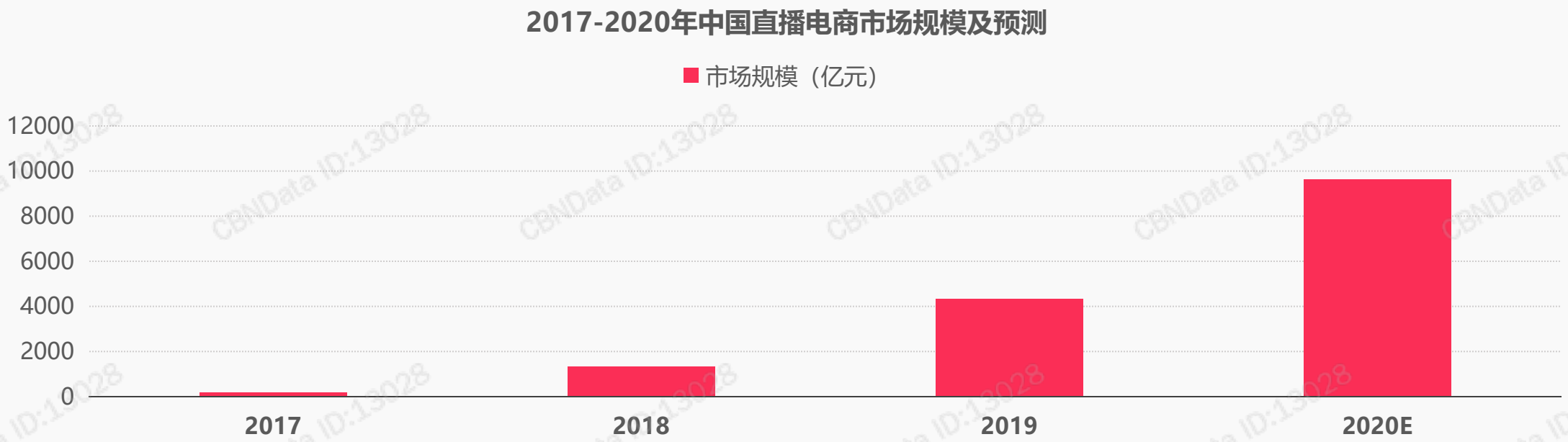
新零售直播发展概况

CBNData ID:13028

2020年直播电商持续火热

2019是直播电商元年，直播电商迎来爆发式增长。艾媒数据显示，直播电商的市场规模在2019年为4338亿，较上一年增长226%。

2020年，这一态势仍在持续，艾媒数据的预测是，2020年直播电商的市场规模仍会以翻番的速度增长至9610亿元 。而据中国互联网络信息中心（CNNIC）最新数据，截至2020年3月，中国直播用户规模达5.6亿，即40%的中国人、62%的网民是直播用户。其中，直播电商用户占总直播用户近一半，达到2.65亿。



数据来源：艾媒咨询

直播电商加速向线下渗透，新零售直播崛起

一个新的变化是：疫情对实体零售的冲击，加速了直播对线下商业的渗透，催生了新零售直播的崛起。

新零售直播，可以看作是在技术变革和需求变革共同驱动下，线下零售商家触达消费者的一种最新的渠道和内容形式，它实现了对营销、销售等零售业活动要素的改变。

今年以来，以淘宝为代表的电商平台，以抖音、快手为代表的短视频平台，以微信为代表的社交平台，都在力推直播电商相关的激励政策，吸引实体商家开启线上直播。2020年，直播电商将成为新零售最关键的增长势能。

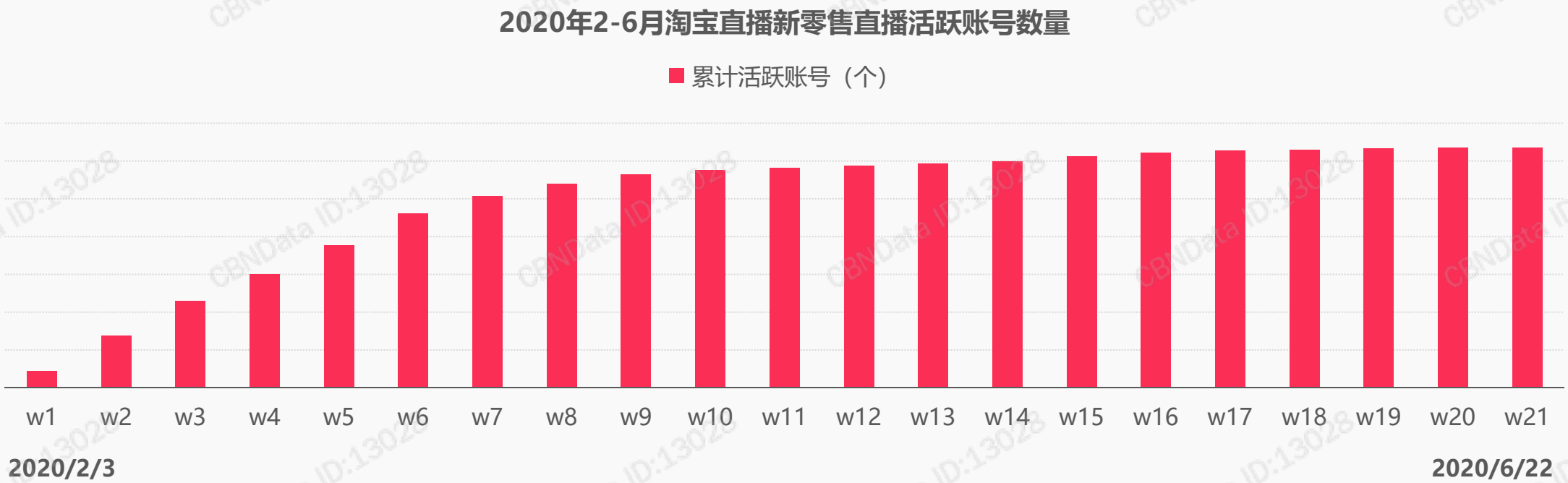
平台类型	相关政策
电商平台	2月11日，淘宝直播宣布线下商户零门槛、免费入驻，免费使用运营工具，获得免费培训、流量扶持等
短视频平台	3月18日，快手启动品牌C位计划，商家入驻免缴保证金； 3月6日，抖音向线下商家推出10亿直播流量扶持计划、 小店入驻绿色通道等；3月27日，推出产业带商家扶持计划，小店零门槛开放、获冷启动流量扶持
社交平台	2019年12月16日，腾讯看点直播推出“引力播”计划，目标2020年赋能10万商家、扶持1000商家直播破1000万年成交额；2月14日，腾讯看点直播发起“商家战疫情，直播不打烊” “线下实体商户暖春扶持”计划

资料来源：根据公开资料整理

在淘宝，每周1万5千场新零售直播

受疫情影响，2月起更多新零售商家启动直播业务。在淘宝直播平台，相关账号数量在今年2月和3月激增，4月起保持稳定增长。

直播场次方面，新零售商家2-6月的有效开播场次共超32万场，相当于平均每周有1万5千多场直播。

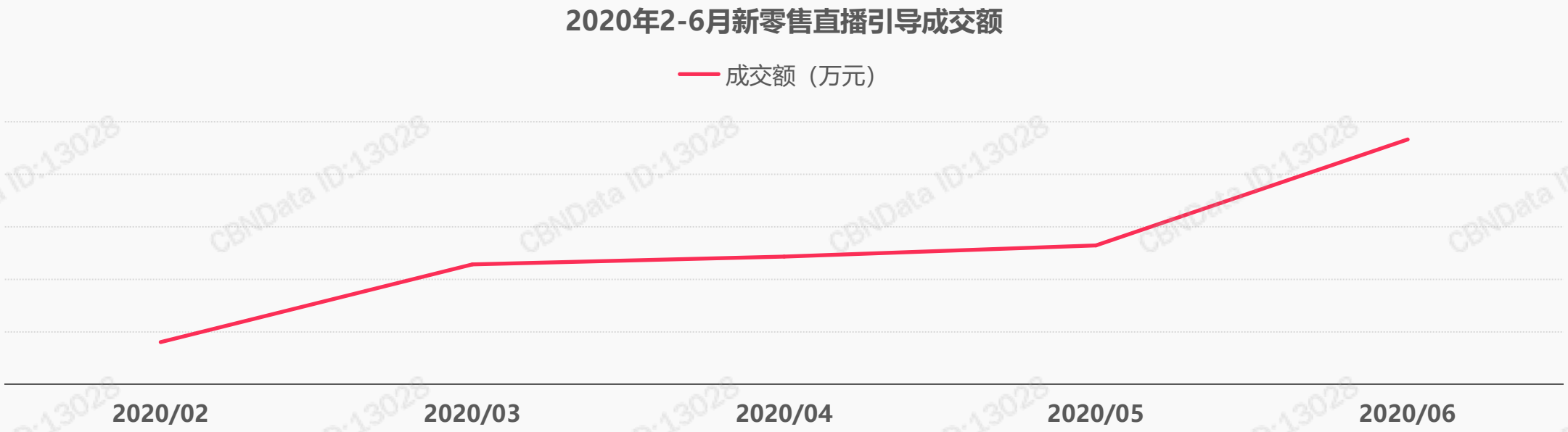


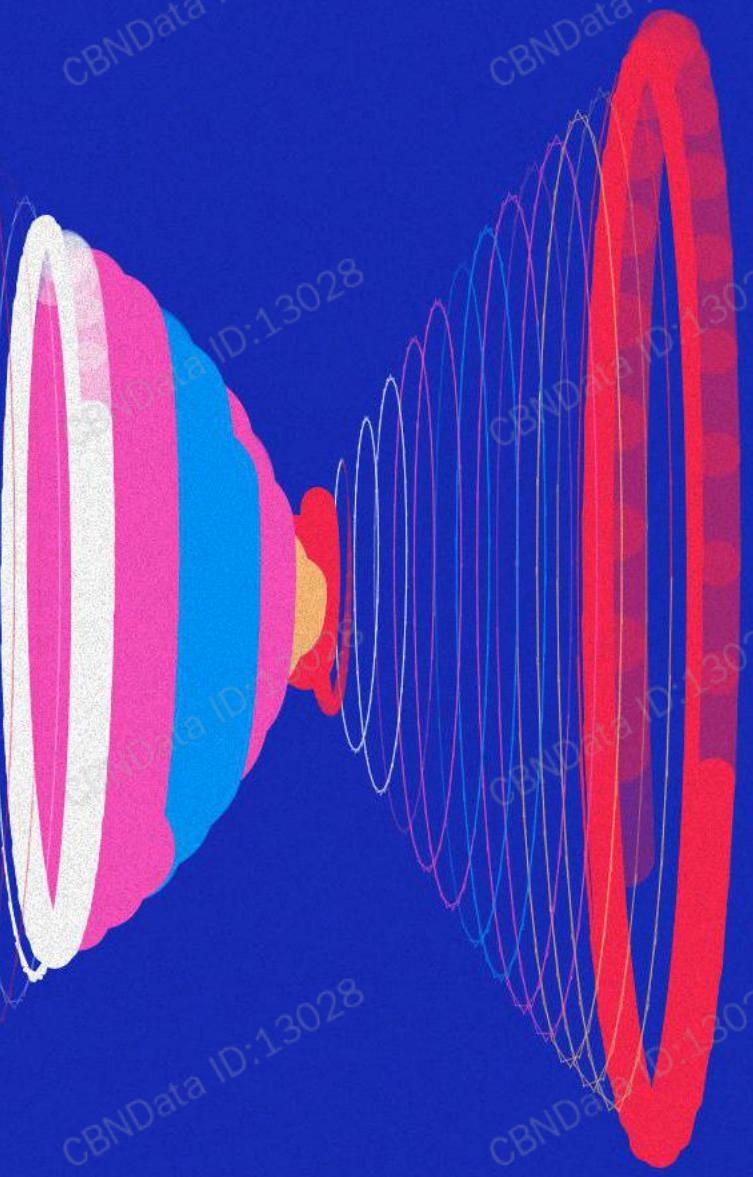
注：有效开播场次为直播时间30分钟以上

新零售直播引导成交额：5个月增长578%

淘宝直播上“新零售直播”引导的成交额，在今年3月迎来较大飞跃，月环比增速高达183.3%；之后稳步攀升，至天猫618大促期间再次迎来爆发。今年天猫618期间，超1万家线下门店、5万名柜哥柜姐来到淘宝直播间，6月新零售直播引导成交额是2月的578%。

新零售直播的增长态势，并未因疫情缓解而出现回落，可见其对线下商家的赋能价值所在。





02

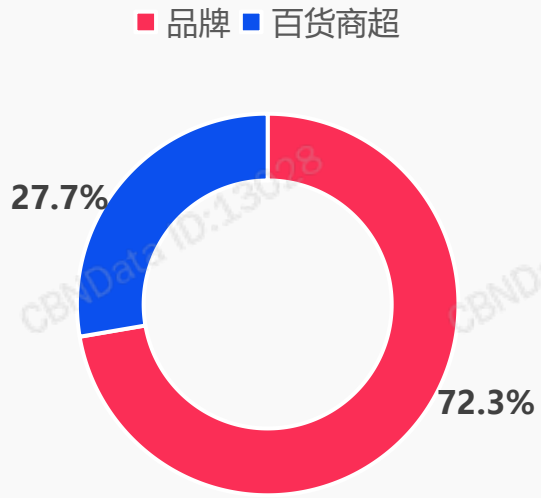
谁在参与新零售直播

CBNData ID:13028

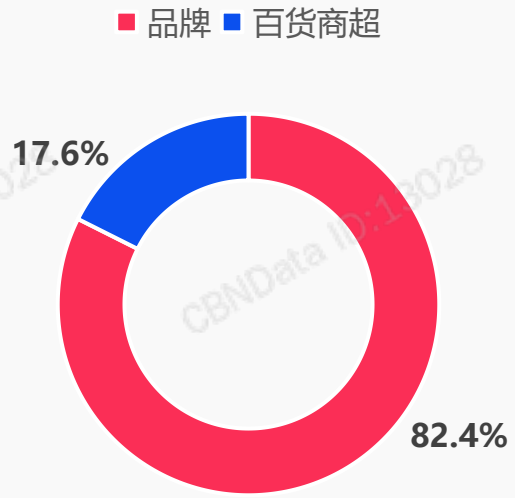
参与直播的线下零售业态：连锁品牌占七成，百货商超占三成

目前，淘宝直播平台上，新零售直播的商家以有线下连锁店的品牌为主，直播账号占比超70%，比如拥有遍布全国的线下门店的红蜻蜓、九阳等。百货、商超、集合店等线下零售业态也纷纷入场，比如银泰百货、红星美凯龙等。

连锁品牌和百货商超的直播账号占比分布



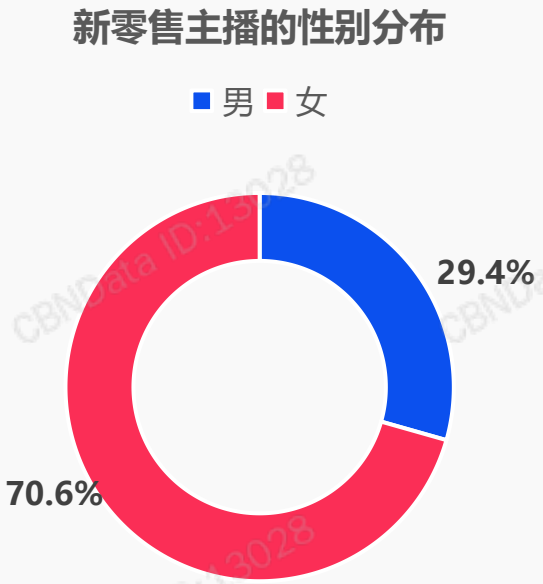
连锁品牌和百货商超的引导成交额占比分布

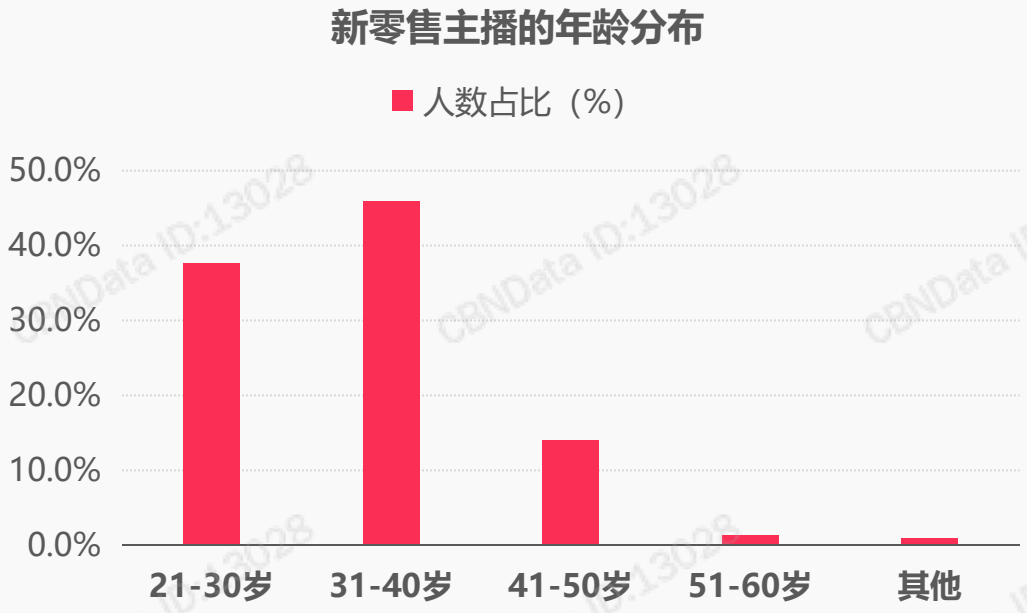


新零售主播：30+的姐姐们成绝对主力

主播，是新零售直播中的“品牌代言人”。新零售主播一般都出身导购，女性占绝对主力，人数占比在70%以上。

年龄分布方面，80后人数最多，占整个新零售主播人群的46%，丰富的经验和行业的积累成为优势因素；90后次之，接近40%。

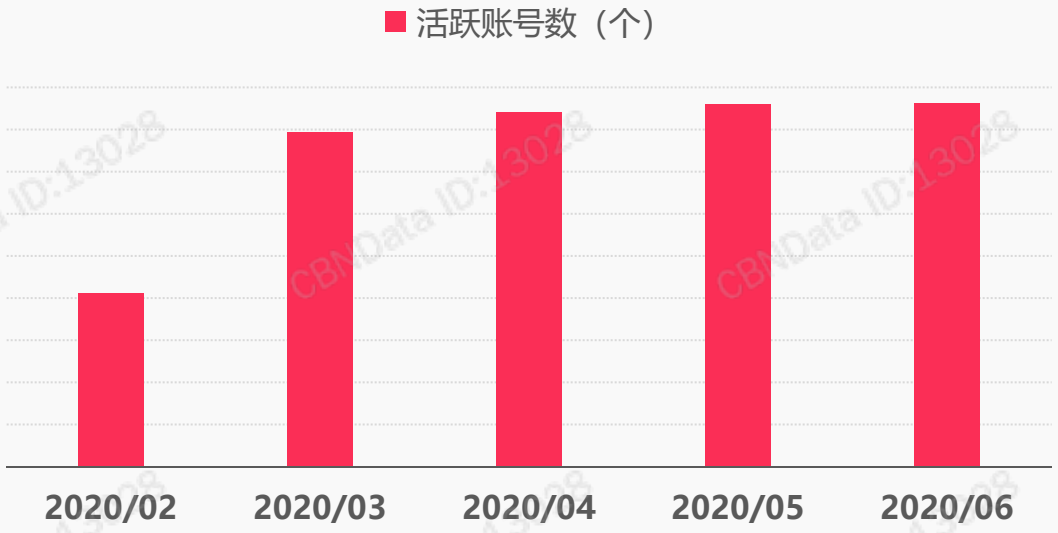




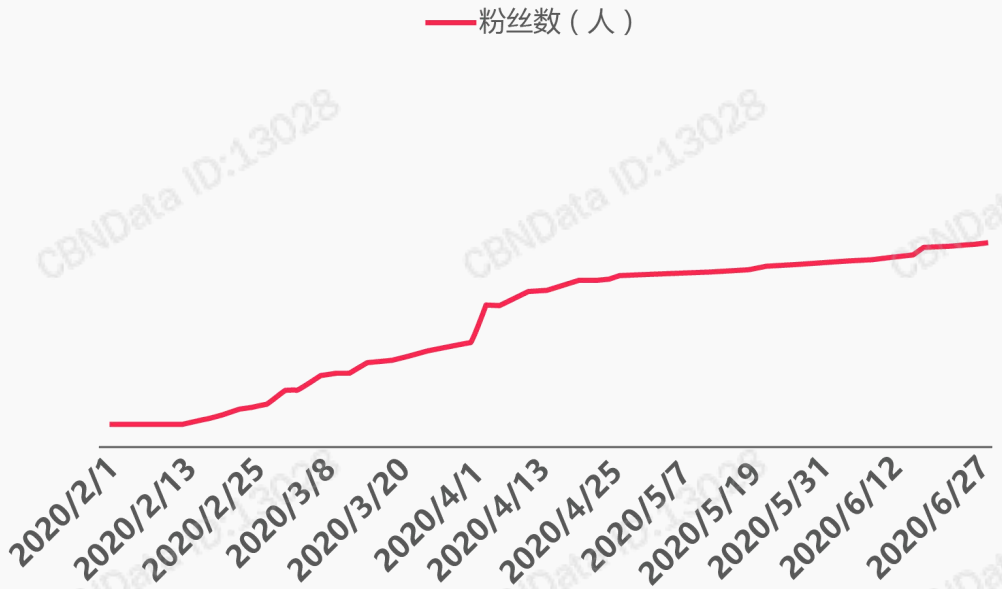
百货商超的导购，成新晋主播生力军

百货商超的导购主播账号数量在3月激增，之后稳定增长，6月底数量已是2月的两倍多。
直播场次方面，百货商超的导购在2-6月开播了6万多场。
而在粉丝规模方面，截至6月底，百货商超导购账号的粉丝数量比2月初增长了47.2%。

百货商超导购主播的活跃账号数量变化



2020年2-6月百货商超导购账号的粉丝用户规模

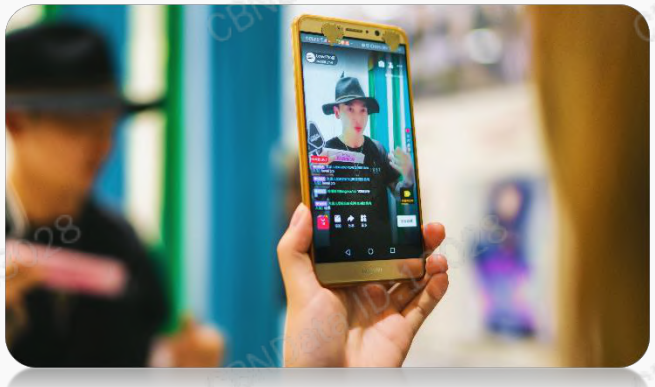


新零售直播间里的“三百六十行”

“人人皆主播，万物皆可播”时代下，达人早已不是直播间里唯一的主播。除了导购主播崛起，今年天猫618期间，新零售主播中涌现出一批“新人类”，他们是企业家、美发师、作家等零售行业的各类参与者。

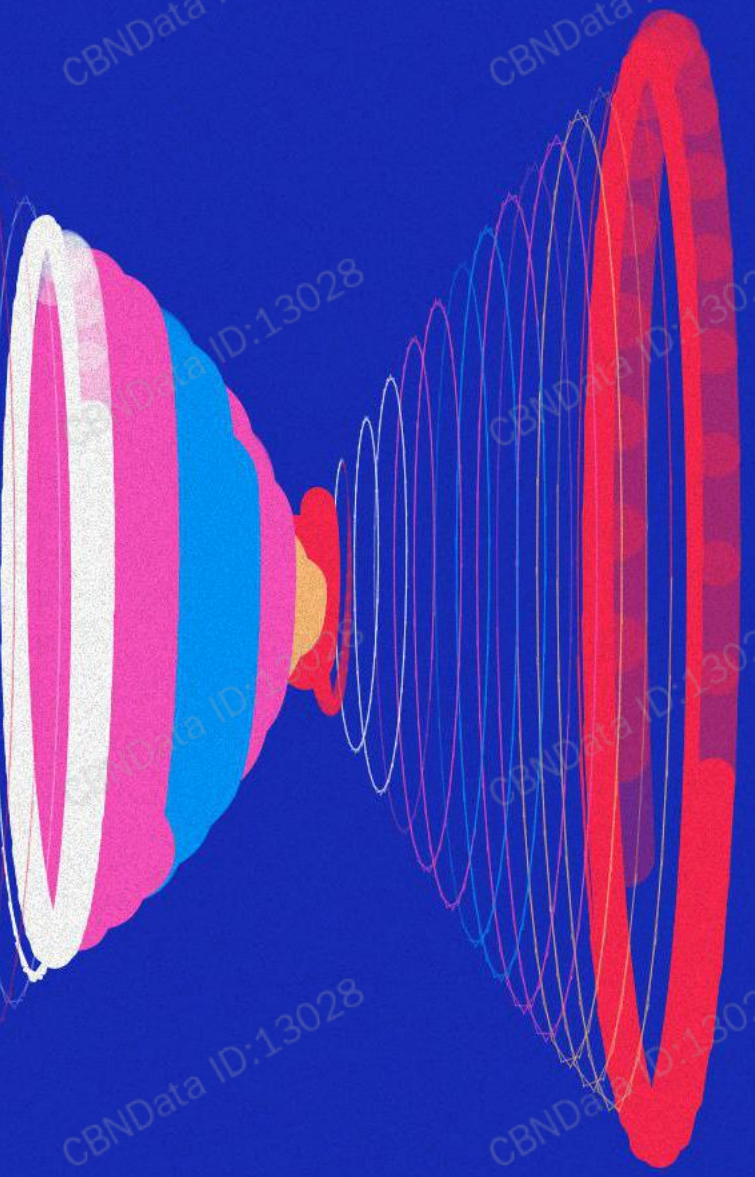
拥有260多年历史的老字号松鹤楼，主厨正在展示苏式汤面的制作。

6月10日，银泰商业集团CEO陈晓东作客银泰百货&兰蔻直播间带货，直播1小时，销售超150万、单款售出1000件。



618期间，上海欧莱雅天猫主题发廊的明星发型师，正在向消费者直播介绍当季的潮流发色。

618期间，武汉红T新华书店邀请儿童文学作家萧袤，通过淘宝直播分享疫情期间的书店故事。



03

新零售直播“商业力指数”

CBNData ID:13028

“新零售直播商业力”排位发布——商家

淘宝内容生态的唯一官方榜单和数据服务平台淘榜单，独家推出的“新零售直播商业力指数”，是用于量化评估在新零售直播浪潮中，行业各参与主体商业影响力的指标。根据对淘宝直播平台商家账号、达人账号的长期监测，目前，淘榜单基于新零售直播商业力指数，已发布包括品牌、百货商超等在内的商家排行榜和导购主播排行榜。

新零售直播商业力排名-商家5月月榜

排名	品牌名称	粉丝号召指数	内容消费指数	商业转化指数	直播商业力指数
NO.1	九阳	745	897	564	849
NO.2	居然之家	935	845	706	840
NO.3	红星美凯龙	843	821	646	806
NO.4	红蜻蜓	688	812	567	775
NO.5	凌志手机连锁	793	740	694	740
NO.6	九语	997	677	955	737
NO.7	一汽丰田	786	736	618	729
NO.8	三利编织服饰	903	674	1000	729
NO.9	银泰百货	737	736	629	725
NO.10	上汽通用别克	704	759	439	722

数据统计周期：2020年5月1日-5月31日

新零售直播商业力排名-商家618榜

排名	品牌名称	粉丝号召指数	内容消费指数	商业转化指数	直播商业力指数
NO.1	居然之家	911	941	768	828
NO.2	红星美凯龙	836	936	700	812
NO.3	九阳	796	927	555	789
NO.4	凌志手机连锁	841	866	692	761
NO.5	千色店	1000	764	863	748
NO.6	红蜻蜓	706	810	581	747
NO.7	innisfree	776	869	575	747
NO.8	美菱	765	858	588	740
NO.9	欧莱雅	969	797	791	733
NO.10	必胜客	980	767	892	720

数据统计周期：2020年6月1日-6月20日

“新零售直播商业力” 排位发布——导购主播

新零售直播商业力指数，主要依据粉丝、内容、商业转化三个维度，其中重点考核内容维度。在上述三大维度下，该指数设有12个二级维度，包括粉丝的规模、增长、活跃度，直播的场次、时长、观看量、互动量，直播引导的进店、收藏、加购、成交等，以及线下门店引流至线上直播的情况。

新零售直播商业力排名-导购主播5月月榜

排名	导购名称	隶属品牌	粉丝号召指数	内容消费指数	商业转化指数	直播商业力指数
NO.1	KA卡卡手作	三利编织服饰	935	949	988	951
NO.2	千色全球严选	千色店	882	905	923	905
NO.3	绿翠玉楼正品翡翠	绿翠玉楼	765	897	804	875
NO.4	凌志手机-平房	凌志手机连锁	746	893	835	873
NO.5	周一zoe	千色店	930	871	813	871
NO.6	辉澔珠宝	玉经纶	691	905	777	871
NO.7	日食记生活馆	日食记	1000	844	954	870
NO.8	菜百jewelry	菜百	679	895	830	867
NO.9	凌志手机连锁-顾微微	凌志手机连锁	721	885	827	862
NO.10	凌志道外店一姐	凌志手机连锁	708	871	845	852

数据统计周期：2020年5月1日-5月31日

新零售直播商业力排名-导购主播618榜

排名	导购名称	隶属品牌	粉丝号召指数	内容消费指数	商业转化指数	直播商业力指数
NO.1	KA卡卡手作	三利编织服饰	905	986	984	978
NO.2	日食记生活馆	日食记	1000	935	960	944
NO.3	冷小哈	欧莱雅	934	939	844	929
NO.4	远远de世界	欧莱雅	935	932	792	918
NO.5	绿翠玉楼正品翡翠	绿翠玉楼	778	946	816	916
NO.6	千色全球严选	千色店	813	934	875	916
NO.7	花木兰NIKITA	欧莱雅	933	912	862	909
NO.8	黑桃皇后Viki	欧莱雅	886	926	780	908
NO.9	骏孟生活优选	洁柔	779	936	792	906
NO.10	4inlook福建闵区	4inlook	686	942	806	903

数据统计周期：2020年6月1日-6月20日

零售业态案例一：银泰百货

在“新零售直播商业力排名-商家5月月榜”中，银泰百货跻身前十位。银泰的新零售直播能力，主要体现在其庞大的导购主播团队。公开资料显示，目前银泰已有6000名导购开通淘宝直播。

银泰的新零售直播发源于2019年年中，在2020年疫情期间大爆发，疫情期间的导购“云复工”活动，就有超过5000名导购参与该活动，日均开播逾200场。

暑期也成新零售直播观看高峰期。据银泰不完全统计，数百万00后通过淘宝直播实现“云逛银泰”。以杭州武林银泰店为例，2020年近半年直播“云逛街”人数是线下客流的3倍。

今年618期间，300名素人走进银泰百货门店，累计直播了288小时，吸引50万线上客流、超700万点赞。

8月2日，UNINE李振宁空降银泰直播间，带来碧欧泉新款爆品秒杀，银泰直播间瞬间涌入万余粉丝，其中逾一半是00后。

零售业态案例二：九阳

“新零售直播商业力排名-商家5月月榜”的第一名，是国内厨房小家电品牌九阳。

九阳从2017年开启电商直播业务，并将直播和短视频作为公司数字化转型的重要抓手。

2020年天猫618期间，九阳使用了“明星+自播组合+达人”的直播组合打法，发动3000名新零售导购开展直播，以触达到更多用户，达到直播“破圈”的效果。

在直播的内容创新方面，九阳的导购主播除了演示产品带货、与消费者实时沟通外，还会教做美食，讲述厨房妙招，打造多样的直播内容。

左图为今年天猫618期间，九阳代言人邓伦作客李佳琦直播间带货；右图为九阳品牌店播和导购直播，主播正在讲解和演示产品。

九阳借鉴“舌尖上的中国”，在长沙、成都、苏州等地推出“一城一味”直播内容场景，即运用虚拟技术把当地城市的地标、景点呈现到直播间，更迎合当地居民的喜好。

导购案例一：导购何雯予变成银泰直播间的好物推荐官

今年6月，银泰百货签约首位新零售主播，是一位身高1米8、名叫何雯予的女孩。

雯子毕业于服装表演专业，有T台走秀经验，也出演过电视剧。曾为银泰旗下奢侈品集合店“西有”的导购，擅长分辨奢饰品真假。疫情期间，被发掘成为银泰的新零售主播。

一个月内，雯子在银泰百货旗舰店、银泰好物推荐官直播间开播20场，为银泰的美妆、服饰、潮品等全品类、各专柜商品直播带货，期间吸引200万用户观看，直播引导销售超300万元。

银泰百货首位签约主播何雯予在直播展示商品。

左图为今年618期间，何雯予为银泰兰蔻专柜直播带货；中图为何雯予与银泰虚拟主播银小泰直播互动；右图是何雯予在今年6月的“杭州西湖日”开播“西湖梦寻”主题的中国传统文化直播。

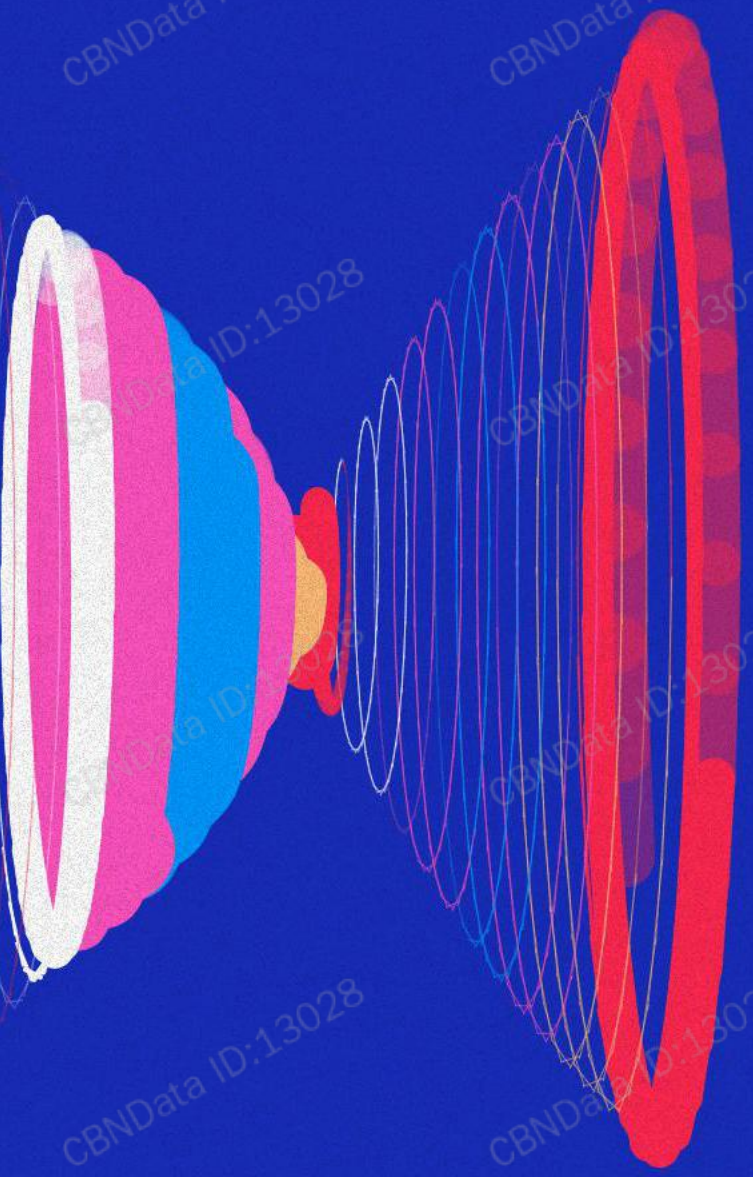
导购案例二：KA卡卡手作

“新零售直播商业力排名-导购直播618榜”第一名，是经营天猫三利编织服饰专营店的张卡，账号名“KA卡卡手作”。2004年，张卡在北京开线下店，2011年开天猫店，但客户关于“看视频会，动手就废”的问题一直未能解决，客户体验也大打折扣。2018年6月，张卡决定开淘宝直播在线教授织毛衣。

现在，张卡和另外五位编织爱好者组成的“大妈直播团”每天至少播12小时，每场观看量在3万左右，直播带货贡献了店铺几乎全部的销售额。尤其今年疫情期，张卡的三利编织服饰专营店迎来爆发性增长，上半年店铺业绩达1000万元，已超2019全年销售额。

在天猫三利编织服饰专营店主页上，直播间入口非常显眼，方便消费者快速进入直播间观看。

张卡（左一）和她的编织爱好者“大妈直播团”



04

哪些商品适合新零售直播“掘金”？

CBNData ID:13028

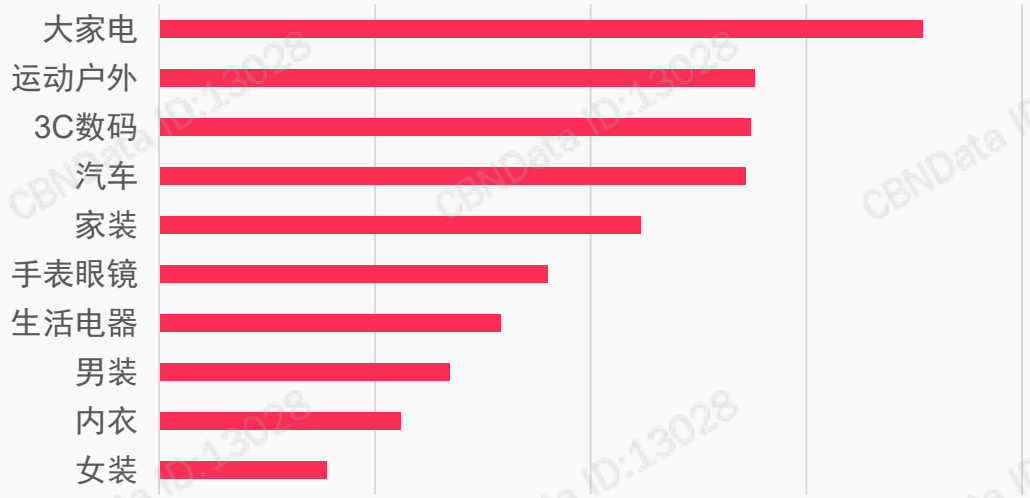
品类分布：高客单价、强体验感、本地生活

不同于整个淘宝直播以女装、珠宝饰品、美妆最为热销，在新零售直播间里，高价位的大家电一枝独秀，其直播间成交额占新零售直播总成交额的35%。这也吻合了整体直播电商的品类发展趋势：2020年天猫618，大家电成交额增速为各品类第一。

此外，住宅家具、餐饮美食卡券、护肤美体等具备强体验属性和本地生活属性的非标商品，也正成为新零售直播中的热门品类，位列成交TOP5。

新零售直播与淘宝直播的成交额前五品类

天猫618淘宝直播各品类成交增速TOP10



东三省最爱买家电，长三角最讲经济实惠

东三省的人们爱在直播间买家电，给家中消费升级；京津冀最爱购买珠宝饰品，增添福运贵气；长三角的人线下消费券囤得最开心，珠三角的人们更喜欢在直播间下单女装。

如果再拉近看城市，北京和上海的名流贵妇尤爱买珠宝饰品；同时，北京的宝爸宝妈也很关注直播间里的母婴产品。

而在成都，川妹子对颜值的追捧顺势来到了直播间，成都用户对医美的消费偏好远高于中国其他城市。

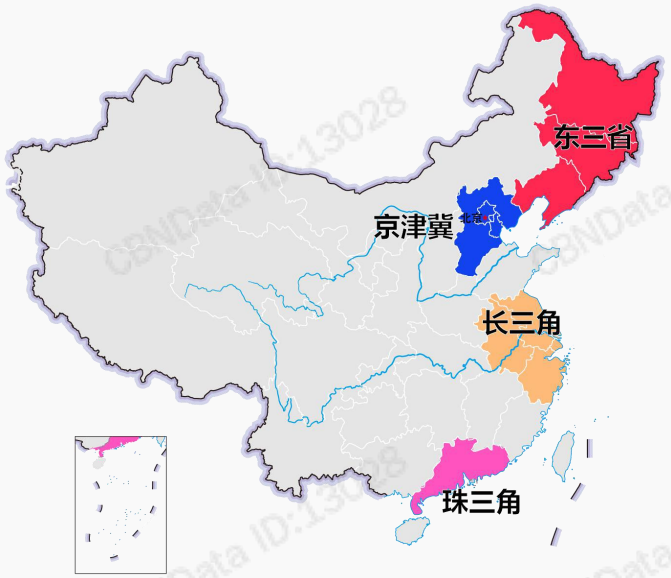
新零售直播中不同区域的消费偏好品类

东三省
1. 生活电器
2. 大家电
3. 手表眼镜
4. 运动户外
5. 本地生活
6. 家纺家居

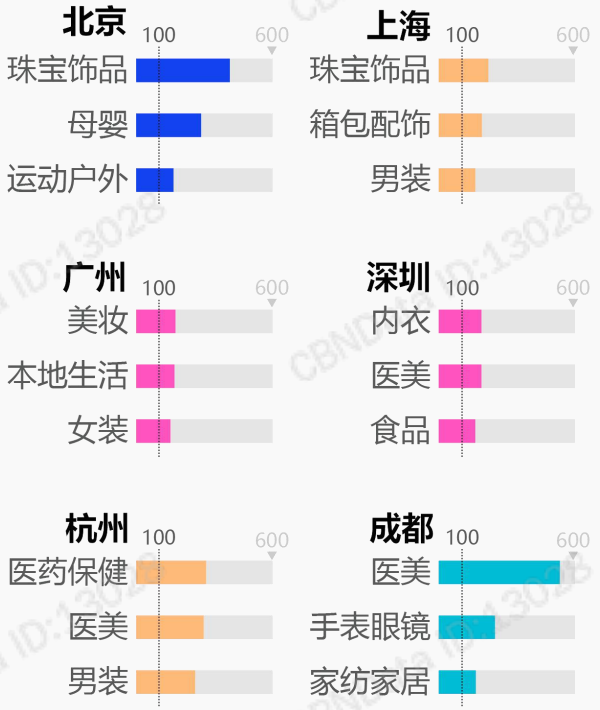
京津冀
1. 珠宝饰品
2. 母婴
3. 生活电器
4. 食品
5. 运动户外
6. 医美

长三角
1. 本地生活
2. 男装
3. 运动户外
4. 母婴
5. 男女鞋
6. 珠宝饰品

珠三角
1. 女装
2. 食品
3. 美妆
4. 手表眼镜
5. 汽车
6. 男女鞋



新零售直播中部分城市的消费偏好品类



偏好品类：报告以TGI（Target Group Index，目标群体指数）来反应目标群体对不同品类的偏好程度，以100为基准值，数值越大则偏好程度越高。

新零售直播最火最贵商品榜

2020上半年新零售直播间最热销商品TOP10
亿田天猫精灵蒸箱集成灶
海尔燃气热水器
肯德基花花五一世界桶电子券
蓝炬星蒸箱集成灶
华硕VivoBook15s笔记本电脑
OPPO Reno3 Pro智能手机
SK-II护肤精华露
芝华仕M500按摩椅
苹果iPhone 11智能手机
纪梵希四宫格散粉

2020上半年新零售直播间最贵商品TOP10
宝珀女式腕表
荣泰智能按摩椅
科勒浴缸
林肯进口床垫
老板油烟机和灶台组合
豪8印象翡翠手镯
I Do 18K钻戒
索菲亚衣柜餐边柜定制
金牌橱柜地柜台面等全套定制
格力中央空调

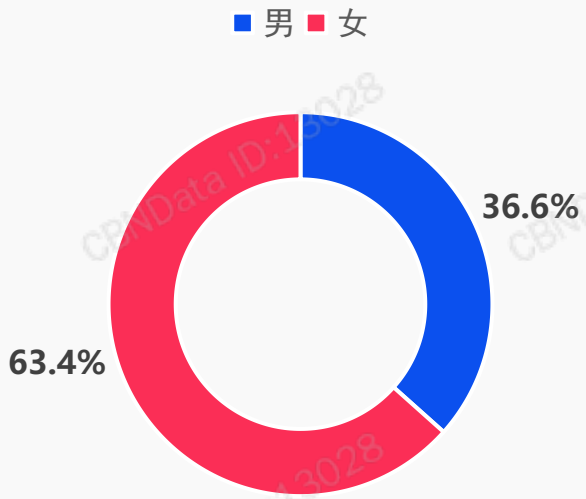
CBNData ID:13028

用户结构：80、90后是主力，00后是直播蓝海

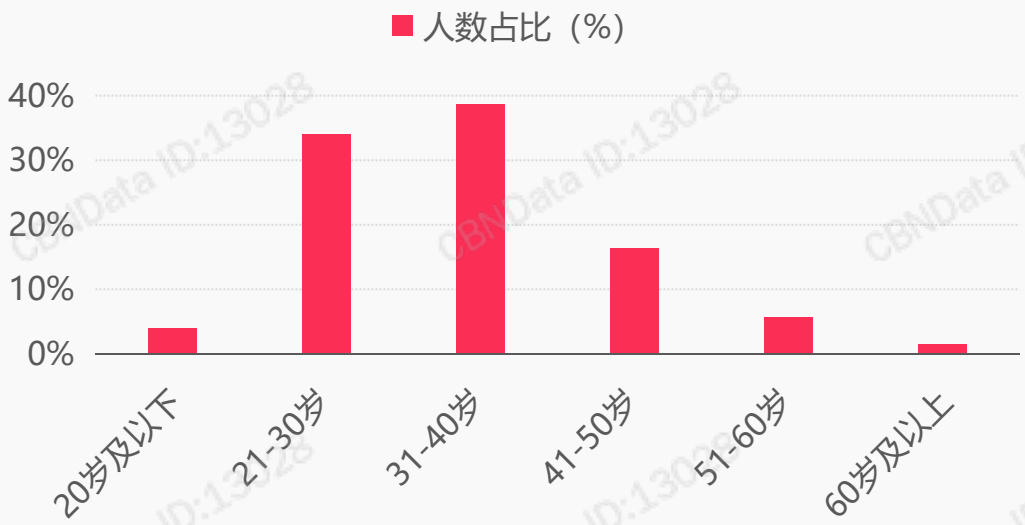
观看新零售直播的用户中，女性占据60%以上，这与淘宝直播的用户性别占比几乎一致。

年龄分布上，与淘宝直播相似，80、90后是新零售直播的主力用户。其中，近40%的用户为80后；其次是90后，用户占比为34%。而作为互联网原住民00后，用户占比4%，市场仍待进一步发掘。

新零售直播用户的性别分布



新零售直播用户的年龄分布

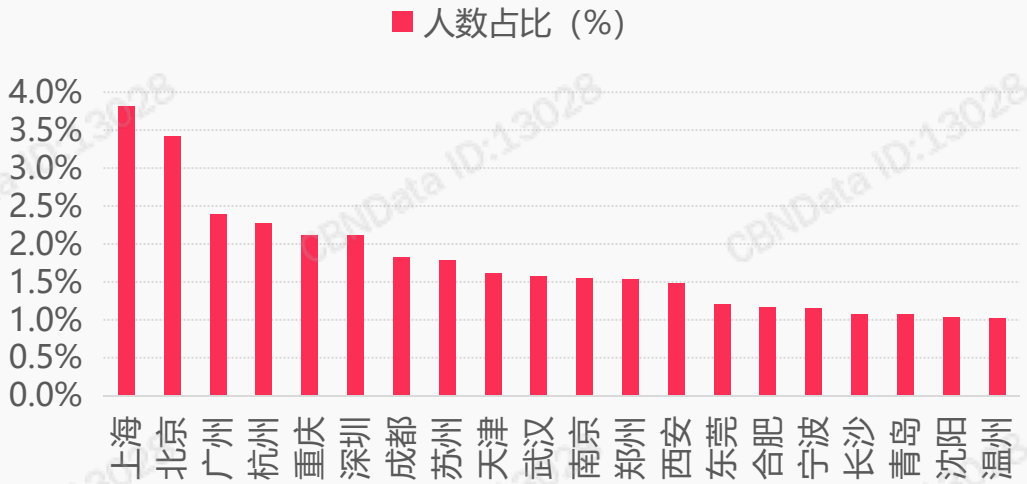


用户结构：一二线渗透高，下沉市场潜力大

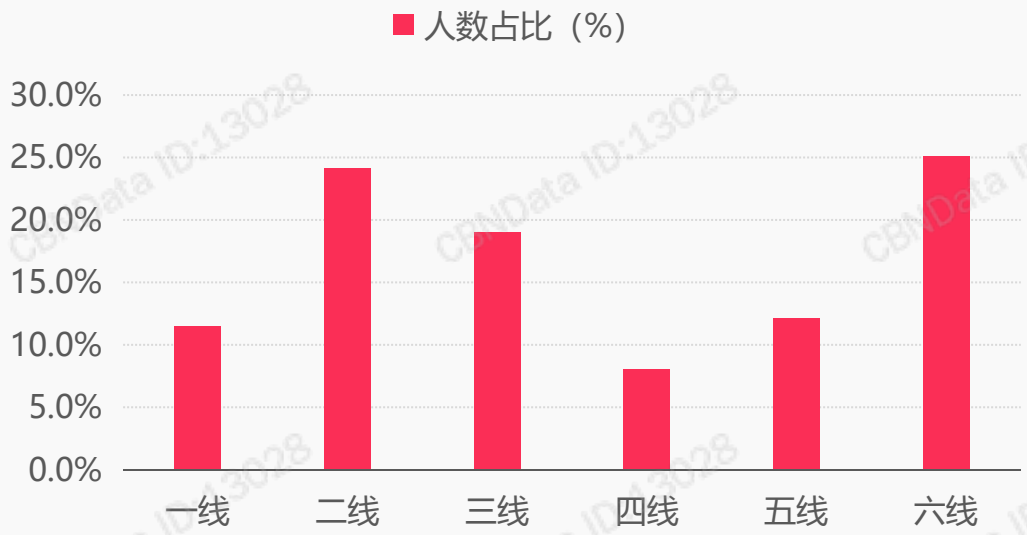
地域分布上，若从单个城市来看，新零售直播的用户主要生活在线下零售业较发达的一二线城市。受到更浓厚的消费文化影响，一二线城市居民对消费讯息敏感，对新兴事物的包容度和尝新意愿较高。

而若从整体消费市场来看，新零售借助“直播”这一载体，实现了在地域上的进一步下沉：广袤的六线地区用户最多，其次是二线、三线地区。

新零售直播用户的城市分布



新零售直播用户的城市线级分布

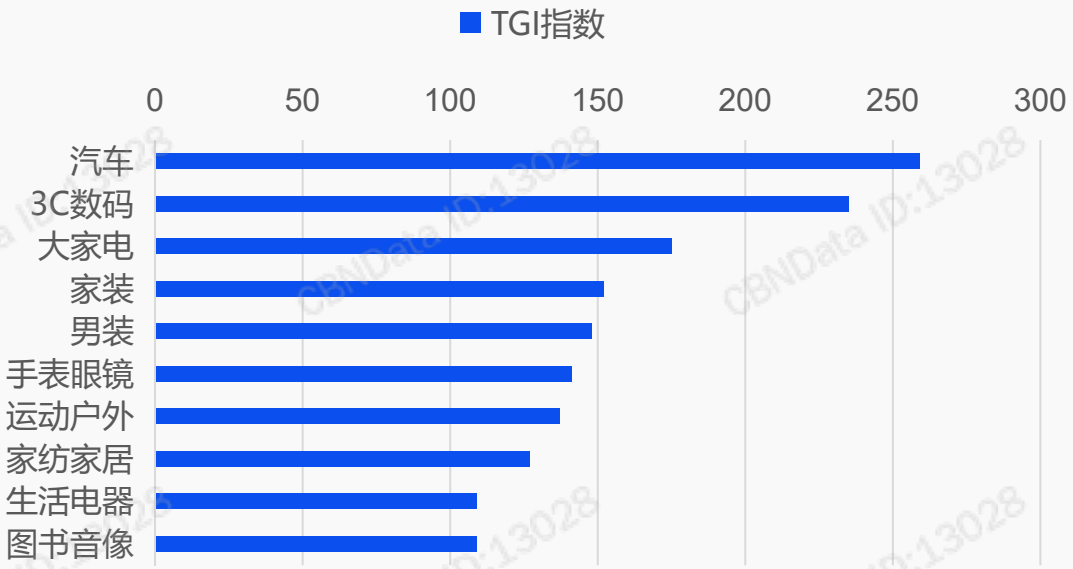


女人爱美爱家，男人买车和凉席凉被

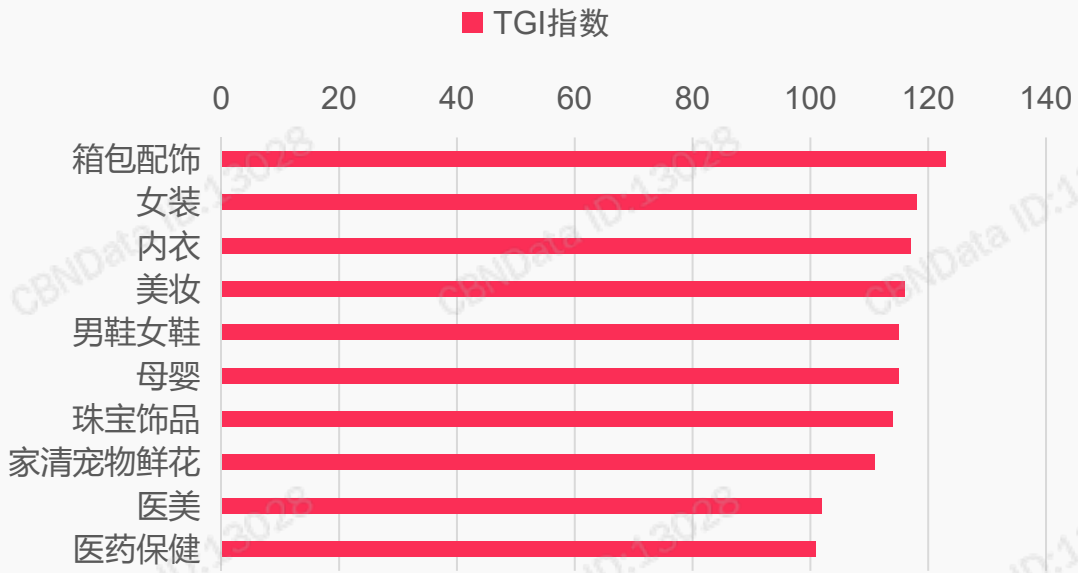
对比女性，男性的消费偏好更为集中，尤其关注汽车、3C数码和大家电的直播，对家装、手表眼镜、运动户外产品亦有关注。

女性的直播观看趣味较为分散，从提升外表时尚感的箱包配饰、女装、美妆，到家庭消费方面的母婴、家清宠物等，女性都会观看。不过，在家庭消费品上，男性也爱在直播间下单家纺家居类产品。

新零售直播中不同男性的消费偏好品类



新零售直播中不同女性的消费偏好品类



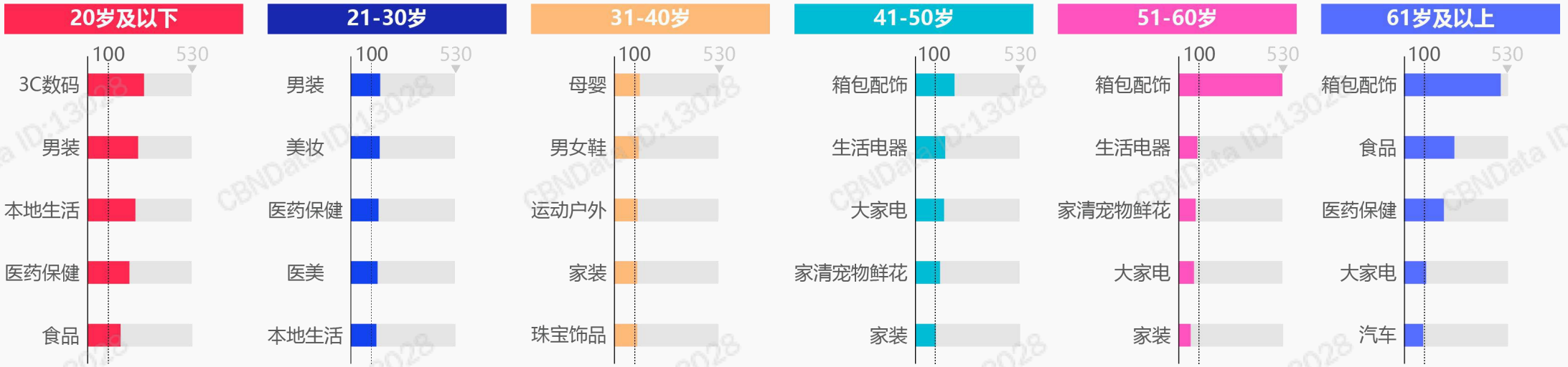
偏好品类：报告以TGI（Target Group Index，目标群体指数）来反应目标群体对不同品类的偏好程度，以100为基准值，数值越大则偏好程度越高。

30岁是道分水岭，前面为自己，后面为家庭

从30岁开始，个人消费转向家庭消费。

互联网原住民00后，最爱去直播间买3C数码产品。90后相对注重外表，偏好美妆、医美类产品。而一些80后刚为人父母，最关心母婴产品。40岁之后，大家最偏好购买箱包配饰，与此同时，大家电、生活电器、家装、汽车等家庭消费，开始频繁出现在偏好品类之中。这批人或许正是新零售直播间热销第一的大家电的主力消费群体。

新零售直播中不同年龄用户的消费偏好

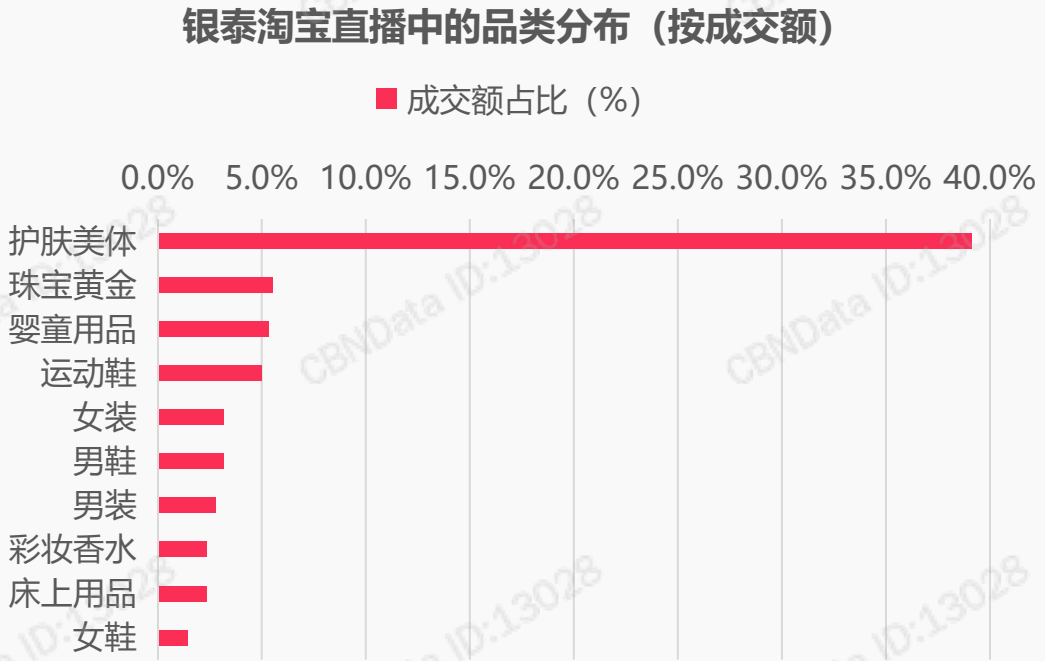


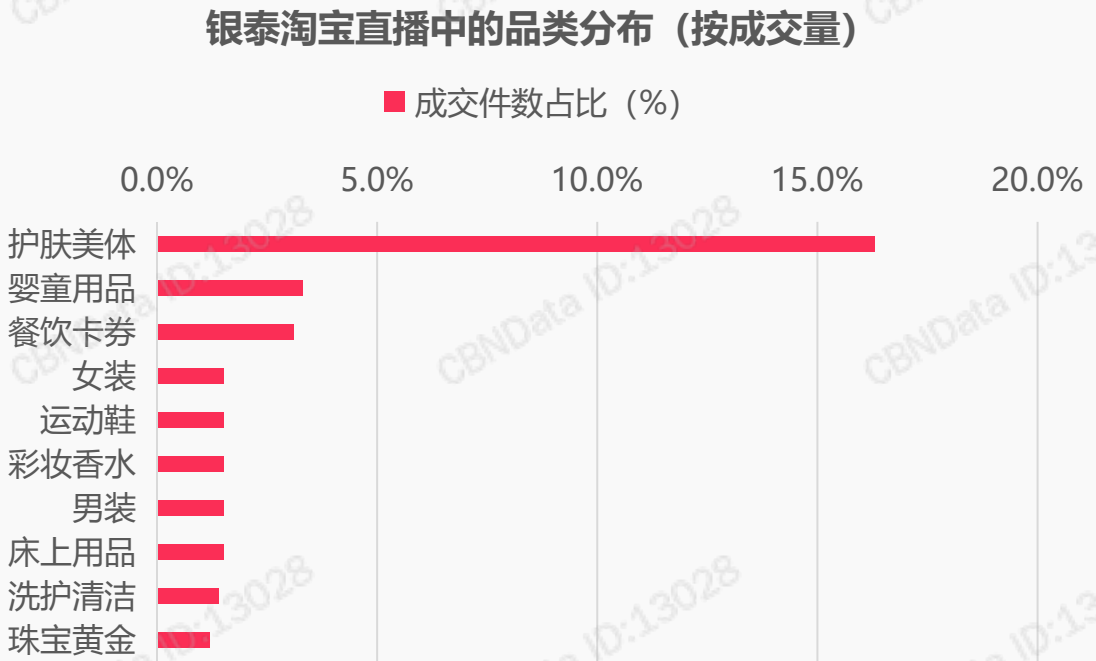
偏好品类：报告以TGI（Target Group Index，目标群体指数）来反应目标群体对不同品类的偏好程度，以100为基准值，数值越大则偏好程度越高。

银泰案例-新零售直播品类分布

银泰的直播间里，护肤美体最受欢迎，其成交额占银泰直播总成交额的近40%，成交量也占到银泰总量的逾15%。其他如婴童用品、女装、运动鞋等品类，也是既带量又带货。

而珠宝黄金虽然销量仅排第十，但高单价令其销售额占银泰直播成交额的5.5%，仅次于美体护肤，直播潜力较高。



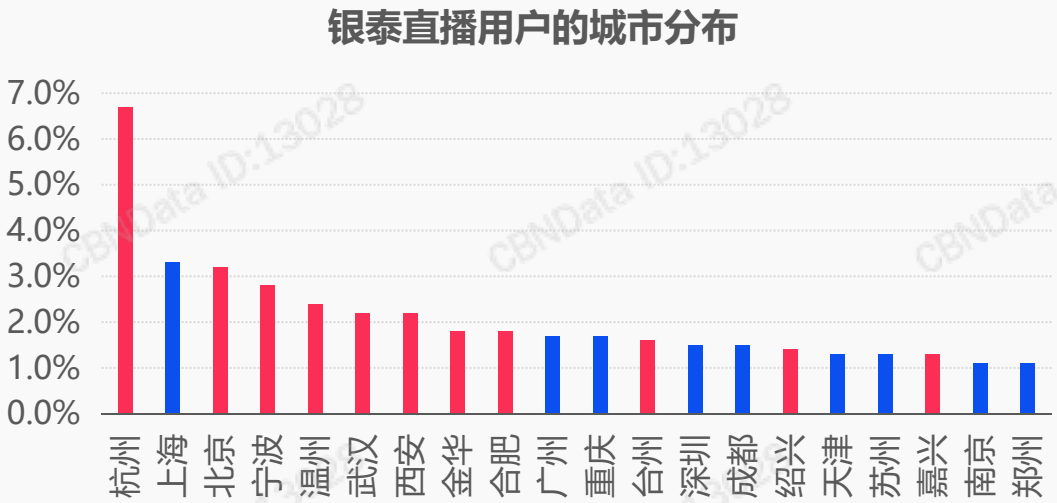


银泰案例——直播突破实体门店限制，成零售业新增长点

银泰直播用户最多的20座城市中，浙江省占7个，比重达到1/3。

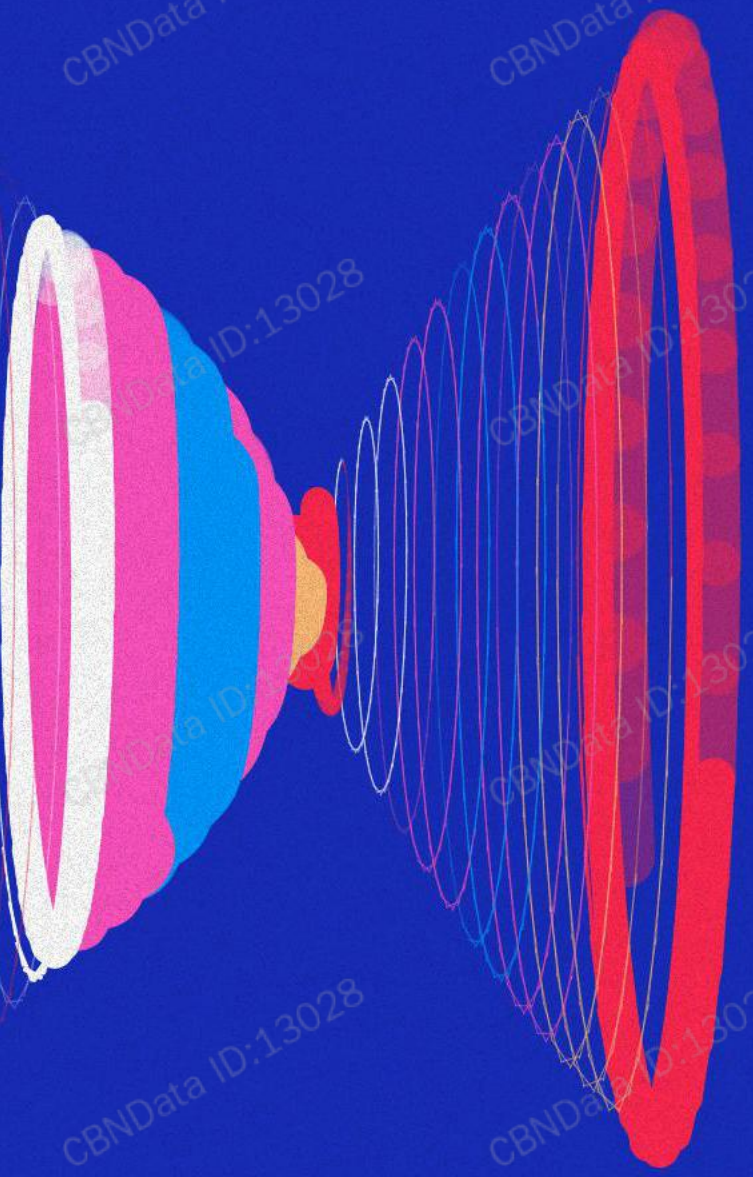
这与银泰在当地建立的品牌知名度紧密相关，原本是商家的顾客也更易在线上转化为商家的直播间粉丝。银泰于1998年在杭州成立，杭州既是全国门店数最多（9家）的城市，也吸引了最多的直播用户（6.7%）。

但我们也发现，在上海、广州、重庆、深圳、成都等未进驻银泰百货的城市，也吸引了相当一部分的直播用户。银泰曾公开表示，银泰直播的90%是新客。对百货业而言，直播可以突破实体门店的地理限制，获取新客、挖掘潜客，这是一个新的增长点。



注：蓝色代表该城市未进驻银泰百货

数据来源：银泰百货



04

直播间外的新零售想象力

CBNData ID:13028

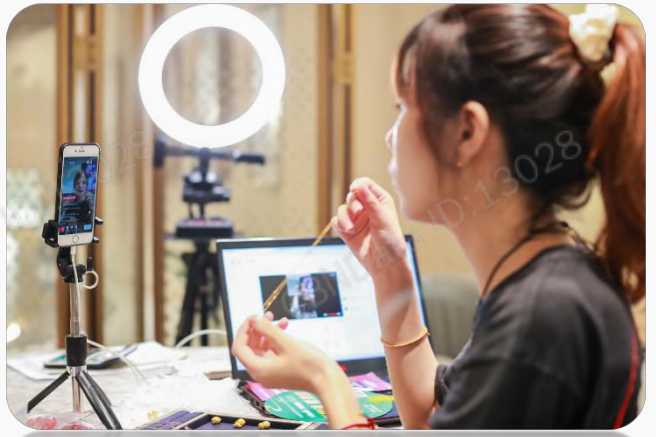
新零售直播优势：强体验、新场景，万店皆可播

线下零售商家多年经营的品牌声誉、粉丝基础、售后体验等，都是入场直播的先天优势。这也意味着，新零售直播绝非一项另起炉灶的生意。

过去，传统电商营销以图文、短视频为主，呈现形式会限制强体验属性的非标品类，因此这类商品的电商渗透率较低。而借助于直播的高展示性和即时互动性，大家电、家具家装、珠宝首饰等类目得以展示细节、传递使用体验，线上消费需求获得进一步释放。

目前，大家电在整个新零售直播中成交额占比最高，比重达35%，其次是住宅家居，占比7%。全屋定制、家装建材、珠宝黄金，也在新零售直播赛道中成交额较高。

海尔天猫618期间的，海尔将直播间选在1000多平方米的“海尔智家小镇”，涵盖“衣、食、住、娱”4个主题，涉及40多个场景。



豫园的老庙景容楼文化旗舰店里，主播在为淘宝直播间里的粉丝们边讲解首饰，边展示细节。

6月1日，宜家联合聚划算开启全球直播首秀。直播间搬进了上海的宜家商场，主播柳岩在展示宜家的手推车等商品。

新零售直播下一站：线上线下联动

经过2020年上半年的爆发式增长，门店自播和导购直播，正在逐步成为一部分连锁品牌及百货商超的日常化运营。

不过，新零售直播的本质及最大的价值，在于通过直播这种形式，真正突破线上线下零售业的一些固有壁垒，这一趋势正在发生。

天猫618期间就开始出现了新的新零售直播玩法：在直播间发放体验券等给线下门店引流；部分商家则在其线下渠道添加了直播间入口，进一步打通线上与线下的消费链路，实现“线上+线下”联动协同。

达人带货

今年5月17日，李佳琦首次携手饿了么，为必胜客、麦当劳等餐饮品牌吃播带货，5分钟销量破千万。

直播引流

百联在五五购物节的直播活动之一，是在口碑平台推出到店餐饮美容等预约服务，并通过支付宝向上海4家商场附近3-5公里的消费者发放8万张消费券。

线下回流

618期间，约1万家实体店放置了直播间二维码，结合直播间专享价等促销手段引导线下消费者观看直播。图摄于皮鞋品牌康奈在四川德阳盛唐摩尔购物广场店。

新零售直播下一站：基于地理位置的直播

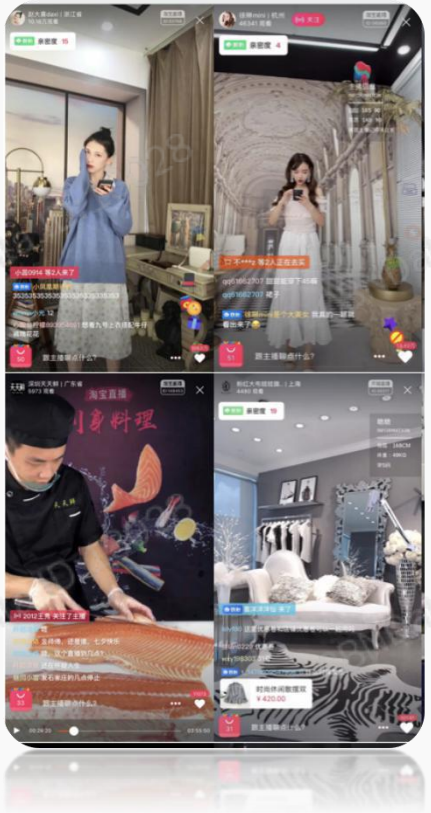
未来，基于地理位置的本地直播，将给新零售直播注入新活力。同时，也会给消费者带来探索本地吃喝玩乐的购物新体验。

近期，淘宝直播将在北上广杭等二十座城市开启同城直播服务，让餐饮、菜场、市集等线下业态开展直播，以达人探店、云逛门店、商圈活动等形式，丰富同城直播的内容生态，并提供更快速便捷的同城配送和售后服务。

银泰商业集团CEO陈晓东在今年6月召开的联商网大会上指出，“基于LBS（地理位置）的本地化直播是一种能力的进化，会给直播行业带来重大的深层次的改变。同时，在消费端来看，这就是新零售带来的新体验。”

未来，可能90%的线下零售业态都能通过线上直播引流。

淘宝直播后续将把页面调整为关注、精选和本地三类，便于用户寻找当地的直播内容。



淘宝直播同城直播中的不同内容生态，包括云逛门店、达人探店等等。

直播背后的数字经济基建服务

零售企业的数字经济基础建设，是新零售直播的基石。

以银泰为例，2016年推出在线商城“喵街”，2017年启用数字化门店仓，令供应链反应速度、零售各环节的协同等均能满足直播的高标准。现在，银泰允许品牌仅提前1小时准备，就可以进行直播。

数字化令人、货、场基于数据重构，实现跨品类、跨业态、跨时间和跨空间的人货匹配，“人找货”正在往“货找人”的趋势转变 。随着物流和5G技术的新一轮突破，包括同城配送能力、商品视频的展示效果、即时反馈速度等提升，新零售直播也将在未来拥有更大的想象空间。

银泰新零售百货架构

天猫618前夕，银泰百货7成门店上线“定时达”，覆盖20座城市的44家门店，即对门店范围10公里范围内提供2小时定时送达的服务。

6月13日，上海大润发，福州新华都、宁波三江等商超的总裁在淘宝直播带货，所有下单消费者享受“小时达”极速配送。

新零售直播的趋势展望：选品多元化、导购达人化、场景内容化

新零售直播不是短期风口，而是在电商和内容深度结合这一趋势下，以直播为前端切入点，为零售行业带来的一种新的增长形态。

过去几年，零售、电商行业历经前所未有的营销和渠道的变化升级：从结合搜索技术的货架式营销，到以图文内容为主的达人知识型营销，再到流媒体技术所带来更具互动性和表现力内容的互动式营销。

新零售直播正是崛起于这样的升级背景之下。它以沉浸式的观看体验，降低了传统货架式电商的用户认知门槛，弥补了过去电商体验感不佳、真实性存疑的弱势；它不受线下门店的位置限制，延长了生意周期和销售时间；从原来的一对一销售服务变成一对多，吸引更多潜客观看；直播间的关注功能，还能够把零散的偶发性的消费者变成忠诚用户，便于商家进行客户运营。

2019年直播带货风口起，很多商家开始通过与MCN机构和KOL合作，或自播的方式进行直播带货。但今年以来，我们看到更多商家在尝试新零售直播打法，打造创新的消费场景，进一步打通线上线下的营销和销售链路。

比如拓宽选品，原本货架式电商中渗透率不高、体验属性较强的非标商品，得以在新零售直播中突围；而既懂商品、又懂消费者心理的导购，变身种草达人，成为新零售主播中不可忽视的一支力量；银泰甚至开始系统化的签约孵化一些导购出身的主播，线下零售业态呈现出MCN化的趋势。

可以预见，随着物流和信息技术等零售基建能力的进一步提升，新零售直播还会有更大的想象空间。

数据说明

Data Coverage

如非特别说明，本报告数据来自淘宝内容电商事业部、淘榜单及银泰百货；

数据时间范围为2020年2月1日-2020年6月30日；

基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过了脱敏及指数化处理。

版权声明

Copyright Declaration

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归浙江天下网商网络传媒有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

统筹： 王小乔

作者： 罗遥

数据分析： 李哲

报告设计： Random++工作室

关于淘榜单

About Us

洞察内容趋势，服务电商生态

由天下网商及淘宝内容电商事业部联合制作推出，是中国领先的内容商业化数据服务平台。记录、洞察并服务于直播短视频电商生态。

- 发布内容生态最新最全MCN机构、达人和商家榜单
- 报道全网直播短视频电商的最新动态、干货和趋势
- 聚合内容生态最具消费驱动力意见领袖和KOL

CBNData ID:13028

考研资料：数学、英语、政治、管综、西综、法硕等（整合各大机构）
英语类：四六级万词班专四专八雅思等
财经类：初级会计、中级会计、注册会计、高级会计、税务师、会计实操、证券从业、基金从业、资产评估、初级审
公务员：国考、省考、事业单位、军队文职、三支一扶微信 2270291360
银行：银行招聘、笔试、面试
教师资格：小学、中学、教师招聘面试
建筑：一建、二建、消防、造价
法考：主观题、客观题
多平台网课：涵盖职场、办公技能、编程、文案写作、情感心理、穿搭技巧、理财投资健身减肥摄影技术等优质内容
精选资料：Excel 教程、PPT 模板、简历模板、PS 教程、PPT 教程、素描、烹饪、小语种、CAD 教程、PR 教程、UI 课程、自媒体、写作、计算机二级、钢琴、Python、书法、吉他、kindle 电子书、演讲.....持续更新中...
押题：提供考前冲刺押题（初级会计、中级会计、注册会计、一建、二建、教资、四六级、证券、基金、期货等等），麻麻再也不用担心我考不过了。
资料领取微信：1131084518
行业报告：20000 份+持续更新

英语四六级备考资料	计算机二级备考资料	150 所高校考研专业课资料
两小时搞定毛概马原思修近代史纲	高数(微积分)+线性代数+概率论	素描 0 基础入门教程
教师资格证全套备考资料	普通话考试资料礼包	书法教程微信 2270291360
大学生英语竞赛备考资料	大学生数学竞赛备考资料	1000 份各行业营销策划方案合集
挑战杯/创青春/互联网+竞赛资料	电子设计竞赛必备资料	街舞 0 基础入门教程
托福雅思备考资料	大学物理学科攻略合集	动漫自学教程
SCI 最全写作攻略	TEM4/TEM8 专四专八备考资料	教师资格证面试试讲万能模板
360 份精美简历模板	数学建模 0 基础从入门到精通	100 套快闪 PPT 模板
Vlog 制作最全攻略	超强 PR 模板	42 套卡通风 PPT 模板
PS 零基础教程微信 1131084518	PS 高级技能教程	63 套酷炫科技 PPT 模板
好用到极致的 PPT 素材	128 套中国风 PPT 模板	32 套 MBE 风格 PPT 模板
327 套水彩风 PPT 模板	295 套手绘风 PPT 模板	54 套毕业答辩专属 PPT
196 套日系和风 PPT 模板	82 套文艺清新 PPT 模板	57 套思维导图 PPT 模板
163 套学术答辩 PPT 模板	53 套北欧风 PPT 模板	34 套温暖治愈系 PPT 模板
118 套国潮风 PPT 模板	30 套仙系古风 PPT	126 套黑板风 PPT 模板
114 套星空风格 PPT 模板	192 套欧美商务风 PPT 模板	42 套绚丽暈染风 PPT
50 套精美 INS 风 PPT 模板	56 套水墨风 PPT 模板	137 套清爽夏日风 PPT 模板
98 套森系 PPT 模板	25 套简约通用 PPT 模板	记忆力训练教程
300 套教学说课 PPT 模板	123 套医学护理 PPT 模板	AE 动态模板微信 2270291360
毕业论文资料礼包	教师资格证重点笔记+易错题集	表情包制作教程
吉他自学教程（送 6000 谱）	钢琴自学教程（送 1000 谱）	区块链从入门到精通资料
2000 部 TED 演讲视频合集	Excel 从入门到精通自学教程	单片机教程
230 套可视化 Excel 模板	1000 款 PR 预设+音效	1000 份实习报告模板
手绘自学教程微信 1131084518	单反从入门到精通教程	人力资源管理师备考资料
英语口语自学攻略	粤语 0 基础从入门到精通教程	证券从业资格证备考资料
日语自学教程	韩语自学教程	PHP 从入门到精通教程
法语学习资料	西班牙语学习资料	炒股+投资理财从入门到精通教程
全国翻译专业资格考试备考资料	BEC 初级+中级+高级全套备考资料	大数据学习资料
SPSS 自学必备教程	Origin 自学必备教程	会计实操资料
LaTeX 全套教程+模板	EndNote 教程+模板	小提琴 0 基础入门自学教程
GRE 超全备考资料	200 份医学习题合集	司考备考资料

思维导图教程＋素材	20000 份行业研究报告	一级造价工程师备考资料

上万 GB 教学资料（均全套,非杂乱）免费领取微信 1131084518

《闪电式百万富翁》实战版+升级版

易经+道德经+易学名师全集+风水学+算命学+起名+++等等（全套 1000 多 GB）

心理学+NLP 教练技术+精神分析+亲子家庭教育+催眠+++等等（更新超 2000GB）

大学-已更新至 9333 个课程+高中+初中+小学-全套资料（超过 2 万 GB）

陈安之	曾仕强	马云	杜云生	翟鸿燊	刘一秒	俞凌雄
王健林	余世维	雷军	周文强	安东尼罗宾	董明珠	李嘉诚
徐鹤宁	冯晓强	李践	刘克亚	罗伯特清崎	戴志强	李伟贤
苏引华	史玉柱	李强	俞敏洪	杰亚伯拉罕	周鸿祎	唐骏
梁凯恩	陈永亮	傅佩荣	贾长松	易发久	李彦宏	湖畔大学
李开复	聂枭	悟空道场	魏星	姬剑晶	其他名师全集	其他资料下载
王兴	王智华	智多星	陈文强	周导		微信 2270291360
泡妞	撩汉	泡仔	房中术	性福课	驻容术	泡妞撩汉性福合集

注：太多了，无法全部一一列出。。。

全套专题系列【微信 1131084518】

记忆力训练	形象礼仪	健康养生	企业管理	沟通技巧
演讲与口才	经理修炼	MBA 讲座	时间管理	战略经营
企业文化	销售心理	管理素质	国学讲座	执行力
团队管理	领导艺术	员工激励	潜能激发	谈判技巧
绩效管理	薪酬管理	43 份直销制度	电话销售	人力管理
客户服务	创业指南	市场营销	餐饮管理	保险讲座
品牌营销	酒店管理	汽车 4S 店	众筹资料	销售技巧

兴趣爱好：	钓鱼教程	魔术教学	炒股教学	美术教学	书法教学
音乐乐器：	萨克斯教学	电子琴教学	小提琴	古筝教学	钢琴教学
	吉他教学				
体育运动：	篮球教学	足球教学	羽毛球教学	兵乓球教学	太极拳教学
	围棋教学	高尔夫球			
生活实用：	插花教学	茶艺-茶道	唱歌教学	单反相机摄影	毛线编织
	小吃+美食				
语言学习：	英语				
电脑 IT：	办公 office	PS 美工教学			

暗号：666

免费领取资料微信

1131084518

微信1131084518

撩汉liaohan.net

最好资源zuihaoziyuan.com

START YOUR FINANCE

起点财经，网罗天下报告